

2016-2022年中国白酒市场 深度研究与前景趋势报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国白酒市场深度研究与前景趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/baijiu/A718943XH1.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

白酒行业是我国具有浓厚文化色彩的传统行业，与老百姓生活密切相关传统食品是体现中国民族特色和饮食文化的重要产业，而白酒是最具特色的传统食品之一。在我国，白酒文化源远流长，从有记载至今已有5000多年的历史。中国是礼仪之邦，最讲礼节，善于交际，“酒逢知己千杯少”，反映了中国人民长期以来与酒尤其是白酒结下的不解之缘，成为表达友情的一种方式。因此，白酒仍是目前中国居民生活中必不可少的食品种类之一，与老百姓生活密切相关。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国白酒市场深度研究与前景趋势报告》。内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

智研数据研究中心是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第一部分 行业发展现状

第一章 白酒行业发展综述

第一节 白酒行业定义及分类

一、行业基本概况

1、白酒的定义

2、白酒的起源

3、白酒的地位

二、行业主要产品分类及特点

1、白酒的香型

2、白酒的几种分类

3、白酒的特点

三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 白酒行业统计标准

- 一、统计部门和统计口径
- 二、行业主要统计方法介绍
- 三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 最近3-5年中国白酒行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、竞争激烈程度指标
- 五、周期性
 - 1、生产和消费的周期性
 - 2、区域性
 - 3、生产的季节性
 - 4、销售的节日效应

第四节 白酒行业产业链分析

- 一、产业链结构分析
- 二、主要环节的增值空间
- 三、与上下游行业之间的关联性
 - 1、产业链上游
 - 2、产业链下游
- 四、行业产业链上游相关行业分析
 - 1、高粱供给与价格走势分析
 - 2、大米供给与价格走势分析
 - 3、小麦供给情况分析
 - 4、玉米供给情况分析
- 五、行业产业链下游相关行业分析
 - 1、零售业发展现状与需求
 - 2、餐饮业发展现状与需求
 - 3、休闲娱乐产业发展现状与需求
- 六、行业下游产业链相关行业分析

第二章 白酒行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 白酒行业政治法律环境（P）

一、2015年中国白酒行业政策环境总述

- 1、中国白酒产业的政策导向
- 2、中国白酒产业政策概述
- 3、"十三五"食品工业规划鼓励白酒业发展

二、白酒行业税收政策分析

- 1、白酒行业税收政策的变化
- 2、新所得税法对白酒行业的影响

三、白酒消费税调整方案解读

- 1、白酒消费税调整方案出台背景
- 2、政策的主要内容
- 3、政策的主要影响分析

四、其他白酒政策文件解读

- 1、浓香型白酒标准分析
- 2、白酒分析方法分析

第二节 行业经济环境分析（E）

一、国际宏观经济形势分析

- 1、世界经济复苏凹凸不平
- 2、中国"新常态"造就新动能
- 3、世界经济砥砺前行中孕育机遇

二、国内宏观经济形势分析

- 1、农业生产形势较好
- 2、工业生产运行在合理区间
- 3、固定资产投资增速放缓
- 4、市场销售稳定增长
- 5、进出口增速回落
- 6、价格水平涨幅较低
- 7、居民收入继续增加
- 8、结构调整稳步推进
- 9、货币信贷增势平稳

第三节 行业社会环境分析（S）

一、白酒产业社会环境

- 1、人口环境分析
- 2、教育环境分析
- 3、文化环境分析
- 4、中国城镇化率

二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、白酒技术分析

- 1、技术水平总体发展情况
- 2、白酒工艺正向新方向发展
- 3、白酒新工艺的创新与发展
- 4、新工艺白酒的探索
- 5、固、液勾兑在新工艺白酒中的应用

二、白酒技术发展水平

三、2015年白酒技术发展分析

四、行业主要技术发展趋势

- 1、酿酒原料是高粱和经发酵后的小麦大比率的组合
- 2、从发酵微生物讲，主要是细菌和酵母菌
- 3、循环发酵时期最长
- 4、独特的堆积工序
- 5、长期贮酒俗语说酒是陈的香

五、技术环境对行业的影响

第二部分 行业深度分析

第三章 2015年我国白酒行业发展回顾

第一节 2015年中国白酒市场特点浅析

- 一、中档酒是新生白酒品牌的最佳立足空间
- 二、餐饮终端是白酒企业的竞争焦点
- 三、渠道价值仍然不可低估
- 四、促销方式以单纯产品促销为主
- 五、地域市场品牌及商务用酒占消费主流

第二节 2015年中国白酒终端市场的运作分析

一、产品选择和客户管理

- 1、经销商自身的实力是否有局限
- 2、区域内消费者的消费是否有差异
- 3、产品的内涵与外延是否丰富
- 4、厂家的销售政策是否到位

二、公关和培训

三、促销和服务客户

四、激励政策和物流管理

1、进行物质奖励

2、进行精神奖励

五、理货管理和回款管理

第三节 2015年中国白酒消费市场分析

一、白酒消费的三大模式

二、白酒消费的五大特点

三、未来白酒消费四大趋势

第四节 中国白酒市场的同质化现象分析

一、浓香型白酒占据较大市场份额

二、品牌泛滥导致名酒形象淡化

三、价格体系紊乱及终端不良竞争加剧

四、白酒外包装雷同及广告宣传浮夸

第四章 中国白酒行业的国际比较分析

第一节 中国白酒行业的国际比较分析

一、中国白酒行业竞争力指标分析

二、白酒行业国际竞争力比较

第二节 全球白酒行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求区域结构分析

三、市场前景展望

第五章 我国白酒行业运行现状分析

第一节 我国白酒行业发展状况分析

一、我国白酒行业发展阶段

- 二、我国白酒行业发展总体概况
- 三、我国白酒行业发展特点分析
- 四、我国白酒行业商业模式分析
 - 1、白酒行业商业模式的演变
 - 2、白酒企业商业模式创新形式
 - 3、O2O模式给白酒行业带来的冲击

第二节 2015年白酒行业发展现状

- 一、2015年我国白酒行业市场规模
- 二、2015年我国白酒行业发展分析
 - 1、2015年白酒行业市场环境分析
 - 2、2015年我国白酒行业发展分析
- 三、2015年中国白酒企业发展分析
 - 1、2015年中国白酒企业发展概况
 - 2、未来白酒企业的发展方向

第三节 2015年白酒市场情况分析

- 一、2015年中国白酒市场总体概况
 - 1、2014年中国白酒市场总体概况
 - 2、2015年中国白酒市场总体概况
- 二、2015年中国白酒产品市场发展分析

第四节 我国白酒市场价格走势分析

- 一、白酒市场定价机制组成
- 二、白酒市场价格影响因素
- 三、2014-2015年白酒产品价格走势分析
- 四、2016-2022年白酒产品价格走势预测

第六章 我国白酒行业整体运行指标分析

第一节 2014-2015年中国白酒行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

第二节 2014-2015年中国白酒行业产销情况分析

一、我国白酒行业工业总产值

二、我国白酒行业工业销售产值

三、我国白酒行业产销率

第三节 2014-2015年中国白酒行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

1、我国白酒行业销售利润率

2、我国白酒行业成本费用利润率

3、我国白酒行业亏损面

二、行业偿债能力分析

1、我国白酒行业资产负债比率

2、我国白酒行业利息保障倍数

三、行业营运能力分析

1、我国白酒行业应收帐款周转率

2、我国白酒行业总资产周转率

3、我国白酒行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

1、我国白酒行业总资产增长率

2、我国白酒行业利润总额增长率

3、我国白酒行业主营业务收入增长率

4、我国白酒行业资本保值增值率

第七章 2015年我国白酒市场供需形势分析

第一节 白酒行业生产分析

一、产品及原材料进口、自有比例

二、国内产品及原材料生产基地分布

第二节 我国白酒市场供需分析

一、2014-2015年我国白酒行业供给情况

1、我国白酒行业产量分析

2、重点企业产量及占有份额

二、2014-2015年我国白酒行业需求情况

1、白酒行业消费情况分析

2、白酒行业需求量及变化情况

3、白酒行业需求的地区差异

三、2014-2015年我国白酒行业供需平衡分析

第三节 白酒产品市场应用及需求预测

一、白酒产品应用市场总体需求分析

二、2016-2022年白酒行业领域需求量预测

第八章 白酒行业进出口结构及面临的机遇与挑战

第一节 白酒行业进出口市场分析

一、白酒行业进出口综述

1、中国白酒进出口的特点分析

2、中国白酒进出口地区分布状况

二、白酒行业出口市场分析

1、2014-2015年行业出口整体情况

2、2014-2015年行业出口总额分析

3、2014-2015年行业出口价格情况

三、白酒行业进口市场分析

1、2014-2015年行业进口整体情况

2、2014-2015年行业进口总额分析

3、2014-2015年行业进口价格情况

第二节 中国白酒出口面临的挑战及对策

第九章 白酒行业产业结构分析

第一节 白酒产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场竞争格局

1、从全国市场来看白酒行业竞争格局

2、从省级市场来看竞争格局

3、从价格来看白酒竞争新格局

第二节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

第十章 我国白酒细分市场分析及预测

第一节 中国白酒行业细分市场结构分析

第二节 白酒产品主要分类

- 一、按香型分类
- 二、按生产工艺分类

第十一章 不同香型产品市场分析

第一节 浓香型白酒

- 一、浓香型白酒占据白酒行业主导地位
- 二、浓香型白酒“淡雅”与“浓郁”流派的差异分析
- 三、浓香型白酒正面临挑战
- 四、浓香型白酒知名品牌创建示范区通过验收
- 五、浓香型白酒生产工艺方向的探索

第二节 清香型白酒

- 一、清香型白酒的复兴发展
- 二、山西汾阳获批建清香型白酒品牌示范区
- 三、清香型白酒未来发展优势将更明显
- 四、清香型白酒的复兴战略探索

第三节 酱香型白酒

- 一、酱香型白酒是传统酿酒的典范
- 二、酱香型白酒渐成市场趋势
- 三、酱香型白酒市场竞争愈发激烈
- 四、2015年中国酱香型白酒发展状况
- 五、2015年中国酱香型白酒产业动态
- 六、首款高端酱香型白酒通过上市发行审核

第四节 兼香型白酒市场

- 一、兼香型白酒市场规模
- 二、兼香型白酒市场发展趋势

第十二章 不同档次定位产品市场分析

第一节 高端白酒产品分析

- 一、2013-2015年中国高端白酒的发展

- 1、 高端白酒的崛起
- 2、 2013年高端白酒价格持续上涨
- 3、 2014年中国高端白酒价格呈回落态势
- 4、 2014年高端白酒品牌进入投资理财界
- 5、 2015年高档白酒发展态势分析
- 6、 2015年高端白酒品牌斥资开拓国际市场

二、 2015年高端白酒发展强劲的原因分析

- 1、 消费升级注入高端白酒持续动力
- 2、 龙头企业具备品牌号召力
- 3、 定价权优势是核心竞争力
- 4、 抗通胀能力最强

三、 2015年高端白酒发展的问题及策略

- 1、 高端白酒市场存在的问题分析
- 2、 高端白酒站稳市场的营销攻略

第二节 中低端白酒产品分析

- 一、 中低端白酒市场规模分析
- 二、 中低端白酒农村市场开发战略

第十三章 我国白酒行业营销趋势及策略分析

第一节 2015年中国白酒营销的发展状况

- 一、 中国白酒营销的发展阶段
 - 1、 品牌认识的简单化
 - 2、 白酒品牌定位模糊，品牌竞争力弱
 - 3、 白酒品牌传播影响力不够，传播效果不明显
 - 4、 品牌保护意识淡薄

二、 中国白酒营销模式分析

三、 中国白酒营销亟待解决的问题

第二节 中国白酒渠道营销途径状况分析

- 一、 白酒企业的渠道困境
- 二、 白酒市场渠道商状况
- 三、 白酒渠道商之间的博弈
- 四、 白酒渠道困境的根本原因

第三节 中国白酒市场的分层化营销分析

- 一、分层营销终结盘中盘模式
- 二、高档酒营销产地化
- 三、低档酒营销大市场化
- 四、中档酒区域化布局及产地化加市场化营销

第四节 白酒文化营销的探析

- 一、酒文化是白酒行业的核心竞争力
- 二、白酒文化营销的现存方式
- 三、白酒文化营销的不成熟表现
- 四、白酒文化营销的误区及对策

第五节 中国白酒行业营销策略

- 一、白酒行业营销误区的对策
- 二、白酒营销的创新策略
- 三、白酒行业淡季营销策略分析
- 四、白酒营销的盈利模式探索

第六节 区域强势白酒品牌的营销战略

- 一、以根据地市场为圆心勾画新的市场版图
- 二、打造声誉产品提升企业的整体产品声誉
- 三、强化营销的组织功能建设
- 四、突破传统的厂商合作模式
- 五、营销管理的两大转变

第七节 中低端白酒农村市场营销的攻略

- 一、战略抉择以市场份额为导向
- 二、产品细分有所为有所不为
- 三、市场细分形成区域为王
- 四、以声誉产品塑造品牌声誉
- 五、建设适合农村市场营销的模式

第三部分 竞争格局分析

第十四章 白酒行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征及变化

- 一、行业区域集中度分析

二、行业规模指标区域分布分析

第二节 白酒区域市场分析

一、四川省白酒市场分析

- 1、白酒行业产销情况分析
- 2、四川省白酒行业市场需求分析
- 3、四川省白酒行业市场竞争格局分析
- 4、四川省白酒行业消费集中度分析
- 5、四川省白酒行业发展前景预测

二、山东省白酒市场分析

- 1、山东省白酒行业产销情况分析
- 2、山东省白酒行业市场需求分析
- 3、山东省白酒行业市场竞争格局分析
- 4、山东省白酒行业消费集中度分析
- 5、山东省白酒行业发展前景预测

三、湖北省白酒市场分析

- 1、湖北省白酒行业产销情况分析
- 2、湖北省白酒行业市场需求分析
- 3、湖北省白酒行业市场竞争格局分析
- 4、湖北省白酒行业消费集中度分析
- 5、湖北省白酒行业发展前景预测

四、贵州省白酒市场分析

- 1、贵州省白酒行业产销情况分析
- 2、贵州省白酒行业市场需求分析
- 3、贵州省白酒行业市场竞争格局分析
- 4、贵州省白酒行业发展前景预测

五、广东省白酒市场分析

- 1、广东省白酒行业市场需求分析
- 2、广东省白酒行业市场竞争格局分析
- 3、广东省白酒行业消费集中度分析
- 4、广东省白酒行业发展前景预测

六、江苏省白酒市场分析

- 1、江苏省白酒行业市场供需分析

- 2、江苏省白酒行业市场竞争格局分析
- 3、江苏省白酒行业消费集中度分析
- 4、江苏省白酒行业发展前景预测

七、浙江省白酒市场分析

- 1、浙江省白酒行业市场产量分析
- 2、浙江省白酒行业市场竞争格局分析
- 3、浙江省白酒行业消费集中度分析

第十五章 2016-2022年白酒行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、白酒行业竞争结构分析

- 1、上游议价能力
- 2、下游议价能力
- 3、进入壁垒
- 4、替代威胁
- 5、行业内竞争

二、白酒行业企业间竞争格局分析

- 1、不同地域企业竞争格局
- 2、不同规模企业竞争格局
- 3、不同所有制企业竞争格局

第二节 中国白酒行业竞争格局综述

第十六章 2016-2022年白酒行业领先企业经营形势分析

第一节 中国白酒企业总体发展状况分析

- 一、2015年白酒企业运行总体情况
- 二、白酒企业资本运作分析
- 三、白酒企业创新及品牌建设
- 四、白酒企业国际竞争力分析
- 五、白酒行业企业排名分析

第二节 中国领先白酒企业经营形势分析

- 一、四川宜宾五粮液集团有限公司
- 1、企业发展概况

- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经济指标分析
- 4、企业竞争优劣势分析
- 5、企业未来发展战略

二、中国贵州茅台酒厂有限责任公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业营销渠道及分布
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业竞争优劣势分析
- 6、企业未来发展战略

三、四川泸州老窖股份有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经济指标分析
- 4、企业竞争优劣势分析
- 5、企业未来发展战略

四、江苏洋河酒厂股份有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经济指标分析
- 4、企业竞争优劣势分析
- 5、企业未来发展战略

五、四川郎酒集团有限责任公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经济指标分析
- 4、企业竞争优劣势分析
- 5、企业未来发展战略

六、四川剑南春集团有限责任公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业营销渠道及分布

- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业竞争优劣势分析
- 6、企业未来发展战略

七、安徽古井贡酒股份有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经济指标分析
- 4、企业竞争优劣势分析
- 5、企业未来发展战略

八、山西杏花村汾酒集团有限责任公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经济指标分析
- 4、企业竞争优劣势分析
- 5、企业未来发展战略

九、陕西西凤酒股份有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经济指标分析
- 4、企业竞争优劣势分析
- 5、企业未来发展战略

十、湖北稻花香酒业股份有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业营销渠道及分布
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业竞争优劣势分析
- 6、企业未来发展战略

第四部分 行业投资前景

第十七章 2016-2022年白酒行业前景及趋势预测

第一节 2016-2022年白酒市场发展前景

- 一、市场发展和竞争格局方面
- 二、资本并购方面
- 三、消费需求、研发和产品质量
- 四、政府政策方面

第二节 2016-2022年白酒市场发展趋势预测

- 一、2016-2022年白酒行业发展趋势
 - 1、白酒消费基本向大众消费回归
 - 2、电商渠道成为白酒行业的新型渠道
 - 3、高档酒控量保价
 - 4、中档酒仍以区域竞争为主

二、2016-2022年白酒市场规模预测

第三节 2016-2022年中国白酒行业供需预测

- 一、2016-2022年中国白酒行业供给预测
- 二、2016-2022年中国白酒行业产量预测
- 三、2016-2022年中国白酒市场销量预测
- 四、2016-2022年中国白酒行业需求预测

第十八章 2016-2022年白酒行业投资价值评估分析

第一节 白酒行业投资特性分析

一、白酒行业进入壁垒分析

- 1、行业政策壁垒
- 2、生产许可壁垒
- 3、资金实力壁垒
- 4、生态环境壁垒
- 5、技术人才壁垒
- 6、品牌效应壁垒

二、白酒行业盈利模式分析

第二节 2016-2022年白酒行业发展的影响因素

一、有利因素

- 1、良好的宏观经济形势
- 2、居民消费结构升级

- 3、扶优限劣的调控政策
- 4、"三农"扶持政策
- 5、中华传统文化的魅力

二、不利因素

- 1、消费结构多元化
- 2、消费环境的影响

第十九章 2016-2022年白酒行业投资机会与风险防范

第一节 白酒行业发展趋势

第二节 2016-2022年白酒行业投资机会

第三节 2016-2022年白酒行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

第四节 中国白酒行业投资建议

一、白酒行业未来发展方向

二、白酒行业主要投资建议

第二十章 2016-2022年白酒行业面临的困境及对策

第一节 2015年白酒行业面临的困境

- 一、产能过剩集中爆发14家酒企市值减四成多
- 二、小型企业或大面积消失三类酒企先受冲击
- 三、白酒行业并购提速十亿以内酒企成兼并主体

第二节 白酒企业面临的困境及对策

一、重点白酒企业面临的困境及对策

二、中小白酒企业发展困境及策略分析

1、中小白酒企业面临的困境

2、中小白酒企业对策探讨

三、国内白酒企业的出路分析

第三节 中国白酒行业存在的问题及对策

一、中国白酒行业存在的问题

二、白酒行业发展的建议对策

第五部分 发展战略研究

第二十一章 白酒行业发展战略研究

第一节 白酒行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 白酒行业品牌战略

一、白酒行业品牌的重要性

二、白酒行业实施品牌战略的意义

三、白酒企业品牌的现状分析

四、白酒企业的品牌战略

五、白酒行业品牌战略管理的策略

第三节 重点客户战略

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、实施重点客户战略要重点解决的问题

四、重点客户管理功能

第三节 中国白酒行业经营策略分析

一、中国白酒行业市场细分策略

1、市场细分策略的目的

2、白酒行业市场细分策略

二、中国白酒行业市场创新策略

1、市场创新策略的方法

2、白酒行业市场创新策略

三、白酒行业品牌定位

1、市场定位

- 2、品牌定位
- 3、定位方法
- 4、产品定位的基本原则
- 5、影响因素

四、白酒行业品类管理

- 1、品类的概念
- 2、品类管理的意义
- 3、制约因素
- 4、解决思路
- 5、发展方向

五、中国白酒行业新产品差异化战略

第二十二章 中国白酒企业的发展策略建议

第一节 白酒企业的利润点

- 一、高端市场的利润点
- 二、终端渠道的利润点
- 三、酒文化的利润点
- 四、品牌是实在的利润点

第二节 白酒企业发展的差异化策略

- 一、产品差异化
- 二、形象差异化
- 三、市场差异化
- 四、服务差异化

第三节 白酒企业的招商策略

- 一、品牌规划策略
- 二、市场规划策略
- 三、招商启动策略
- 四、白酒企业招商应注意的问题

第四节 中国两大白酒企业集团品牌战略的比较与分析

- 一、五粮液、茅台品牌战略的比较
- 二、五粮液、茅台品牌战略成果的评价
- 三、五粮液、茅台品牌战略的风险分析

四、遏制风险的对策建议

第五节 二线白酒企业突围的关键要素

第六节 中小白酒企业的发展策略

图表目录：

图表：2010-2015年全国高粱产量及播种面积统计数据

图表：2010-2015年全国主要省份大米产量统计数据

图表：2010-2015年全国小麦产量及播种面积统计数据

图表：2010-2015年全国玉米产量及播种面积统计数据

图表：2015年社会消费品零售总额主要数据

图表：2010-2015年我国白酒行业税收政策变化图解

图表：2010-2015年各级教育毛入学率

图表：中国白酒行业竞争力指标评估

图表：中国白酒行业经济指标国际比较

图表：2010-2015年全球白酒市场规模

图表：2015年全球白酒需求区域结构

图表：2016-2022年全球白酒市场规模预测

图表：2014-2015年我国白酒行业月度营业收入情况

图表：2010-2015年白酒行业各细分市场产品市场占比情况

图表：白酒市场定价机制组成

图表：2014-2015年白酒产品平均价格走势

图表：2016-2022年白酒产品价格走势预测

图表：2010-2015年中国白酒行业企业数量及变化情况

图表：2010-2015年中国白酒行业企业结构情况

图表：2010-2015年中国白酒行业人员规模及变化情况

图表：2010-2015年中国白酒行业资产规模及变化情况

图表：2010-2015年中国白酒行业市场规模及变化情况

图表：2010-2015年中国白酒行业工业总产值

图表：2010-2015年中国白酒行业销售产值

图表：2010-2015年我国白酒行业整体产销率

图表：2010-2015年我国白酒行业实际产销率

图表：2010-2015年我国白酒行业销售利润率

图表：2010-2015年我国白酒行业成本费用利润率

图表：2010-2015年我国白酒行业亏损面

图表：2010-2015年我国白酒行业资产负债比率

图表：2010-2015年我国白酒行业利息保障倍数

图表：2010-2015年我国白酒行业应收帐款周转率

图表：2010-2015年我国白酒行业总资产周转率

图表：2010-2015年我国白酒行业流动资产周转率

图表：2010-2015年我国白酒行业总资产增长率

图表：2010-2015年我国白酒行业利润总额增长率

图表：2010-2015年我国白酒行业主营业务收入增长率

图表：2010-2015年我国白酒行业资本保值增值率

图表：2015年白酒行业产品及原材料进口、自有比例

图表：2010-2015年白酒行业区域产量分布

图表：2014-2015年我国白酒行业供给分析

图表：2014-2015年我国白酒行业重点企业产量

图表：2014-2015年我国白酒行业重点企业产量占有份额

图表：2010-2015年我国白酒行业消费量

图表：2010-2015年我国白酒行业主要企业销量情况

图表：2010-2015年我国白酒行业需求量

图表：白酒行业需求地区分布

图表：2010-2015年我国白酒行业供需平衡情况

图表：2010-2015年白酒产品应用市场总体需求规模

图表：2016-2022年白酒产品应用市场总体需求规模预测

图表：2015年我国白酒出口地区分布

图表：2015年我国白酒进口地区分布

图表：2013-2015年白酒行业出口量情况

图表：2013-2015年白酒行业出口额情况

图表：2013-2015年白酒行业出口价格情况

图表：2013-2015年白酒行业进口口量情况

图表：2013-2015年白酒行业进口额情况

图表：2013-2015年白酒行业进口价格情况

图表：我国白酒企业渠道困境表现

图表：我国白酒市场渠道商状况分析

图表：2010-2015年白酒行业产量分省市统计数据

图表：2010-2015年四川白酒行业产量情况

图表：2010-2015年山东省白酒行业产量情况

图表：2010-2015年河北省白酒行业产量情况

图表：2010-2015年贵州省白酒行业产量情况

图表：2010-2015年广东省白酒产量情况

图表：2015年江苏省白酒行业产量

图表：2010-2015年浙江省白酒行业产量

图表：2015年白酒行业不同规模企业集中度

图表：2015年白酒行业不同所有制企业集中度

图表：我国白酒行业细分市场竞争格局分析

图表：2015年白酒行业排名

图表：2015年五粮液集团有限公司资产负债表分析

图表：2013-2015年五粮液集团有限公司资产负债表分析

图表：2015年五粮液集团有限公司利润表分析

图表：2013-2015年五粮液集团有限公司利润表分析

图表：2015年五粮液集团有限公司现金流量表分析

图表：2013-2015年五粮液集团有限公司现金流量表分析

图表：2015年五粮液集团有限公司每股指标分析

图表：2013-2015年五粮液集团有限公司每股指标分析

图表：2015年五粮液集团有限公司成长能力指标分析

图表：2013-2015年五粮液集团有限公司成长能力指标分析

图表：2015年贵州茅台有限责任公司资产负债表分析

图表：2013-2015年贵州茅台有限责任公司资产负债表分析

图表：2015年贵州茅台有限责任公司利润表分析

图表：2013-2015年贵州茅台有限责任公司利润表分析

图表：2015年贵州茅台有限责任公司现金流量表分析

图表：2013-2015年贵州茅台有限责任公司现金流量表分析

图表：2015年泸州老窖股份有限公司资产负债表分析

图表：2013-2015年泸州老窖股份有限公司资产负债表分析

图表：2015年泸州老窖股份有限公司利润表分析

图表：2013-2015年泸州老窖股份有限公司利润表分析

图表：2015年泸州老窖股份有限公司现金流量表分析

图表：2013-2015年泸州老窖股份有限公司现金流量表分析

图表：2015年泸州老窖股份有限公司每股指标分析

图表：2013-2015年泸州老窖股份有限公司每股指标分析

图表：2015年泸州老窖股份有限公司成长能力指标分析

图表：2013-2015年泸州老窖股份有限公司成长能力指标分析

图表：2015年洋河酒厂股份有限公司资产负债表分析

图表：2013-2015年洋河酒厂股份有限公司资产负债表分析

图表：2015年洋河酒厂股份有限公司利润表分析

图表：2013-2015年洋河酒厂股份有限公司利润表分析

图表：2013-2015年洋河酒厂股份有限公司现金流量表分析

图表：2015年洋河酒厂股份有限公司每股指标分析

图表：2013-2015年洋河酒厂股份有限公司每股指标分析

图表：2015年洋河酒厂股份有限公司成长能力指标分析

图表：2013-2015年洋河酒厂股份有限公司成长能力指标分析

图表：剑南春集团有限责任公司营销网络分布

图表：2015年古井集团有限责任公司资产负债表分析

图表：2013-2015年古井集团有限责任公司资产负债表分析

图表：2015年古井集团有限责任公司利润表分析

图表：2013-2015年古井集团有限责任公司利润表分析

图表：2015年古井集团有限责任公司现金流量表分析

图表：2013-2015年古井集团有限责任公司现金流量表分析

图表：2015年古井集团有限责任公司每股指标分析

图表：2013-2015年古井集团有限责任公司每股指标分析

图表：2015年古井集团有限责任公司成长能力指标分析

图表：2013-2015年古井集团有限责任公司成长能力指标分析

图表：2015年汾酒集团有限责任公司资产负债表分析

图表：2013-2015年汾酒集团有限责任公司资产负债表分析

图表：2015年汾酒集团有限责任公司利润表分析

图表：2013-2015年汾酒集团有限责任公司利润表分析

图表：2015年汾酒集团有限责任公司现金流量表分析

图表：2013-2015年汾酒集团有限责任公司现金流量表分析
图表：2015年汾酒集团有限责任公司每股指标分析
图表：2013-2015年汾酒集团有限责任公司每股指标分析
图表：2015年汾酒集团有限责任公司成长能力指标分析
图表：2013-2015年汾酒集团有限责任公司成长能力指标分析
图表：2015年白酒市场高端酒主要企业价格政策
图表：2015年白酒市场中低端酒主要企业政策
图表：2016-2022年白酒市场规模预测
图表：2016-2022年中国白酒行业供给量预测
图表：2016-2022年中国白酒行业产量预测
图表：2016-2022年中国白酒市场销量预测
图表：2016-2022年中国白酒市场需求量预测
图表：四种基本的品牌战略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baijiu/A718943XH1.html>